



소프트 래더링 기법을 이용한 액티브 시니어의 면류에 대한 가치체계

오혜인¹ · 김가현¹ · 오지은² · 조미숙^{1,*}

¹이화여자대학교 식품영양학과, ²이화여자대학교 신산업융합대학

Hierarchical Value Structure of Active Seniors for Noodles: Applying Soft Laddering Technique Based on the Means-end Chain Theory

Hye-In Oh¹, Ga-Hyun Kim¹, Ji-Eun Oh², Mi-Sook Cho^{1,*}

¹Department of Nutritional Science & Food Management, Ewha Womans University

²College of Science & Industry Convergence, Ewha Womans University

Abstract

The aim of this study is to identify the value structure of active seniors for noodles. Noodles are the secondly most preferred and familiar food in Korea, followed by rice. And noodles also have a variety of tastes/flavors and even a variety of ceremonial characteristics. The necessity of offering proper food to seniors has recently increasing because Korea becoming an aged society. This study conducted 1:1 in-depth interviews with 30 active senior participants using the soft laddering technique, which is based on the means-end chain theory. The Implication Matrix and HVM were derived from performing content analysis. The active seniors mainly consider the 'taste', expecting to obtain the 'satisfying taste', and pursuing the 'family affair', 'pleasure', and 'self-satisfaction'. The results of this study indicated that the taste is the most important attribute and the active seniors consider their family as well as the pleasure and satisfaction of their own. Male seniors mainly pursue the 'pleasure' and 'self-satisfaction' by satisfying their taste through considering 'taste' and 'familiarity'. But female seniors mainly pursue the 'family affair' by 'satisfying taste' through considering 'taste'. These results can be used as a basic data for developing noodle products for the elderly. This study will also contribute to the development of special care food and product concepts for the silver generation.

Key Words: Noodles, means-end chain theory, laddering technique, active senior

1. 서 론

전 세계적으로 고령인구가 증가추세를 보이고 있다(Lutz et al. 2008). UN은 65세 이상의 인구를 고령인구로 정의하고, 국가 총 인구 대비 고령인구 비율 7% 이상에 대하여 고령화사회(aging society)로, 14% 이상에 대하여 고령사회(aged society)로, 그리고 20% 이상에 대해 초고령사회(super-aged society)로 구분하였다(Jang & Lee 2017). 우리나라는 급속한 고령화로 인해 2018년 65세 이상 고령인구 비율이 14.3%에 도달하며 고령사회(aged society)에 진입했다. 또한 지속적인 고령화로 인하여 2060년에는 고령인구 비율이 41.0%에 달할 것으로 전망된다(Statistics Korea 2018). 고령자는 노화로 인한 각종 감각기관의 저하와 저작장애 및 연하장애로 인해 식품 섭취에서 선택의 제한이 생긴다(Ku 2003). 이로 인해 식품 섭취 능력이 저하되므로 영양 문제가

생길 가능성이 크다. 2014년 노인실태조사에 따르면 고령자의 절반 정도는 영양관리 주의 또는 개선이 요구된다고 보고되었다(KHIDI 2014).

고령친화식품은 섭취, 소화, 대사 능력 문제 등 일반적인 고령자의 신체적 특성과 영양문제를 고려한 식품을 의미하며, 일상식, 특수의료 용도 식품, 건강기능식품을 포함한다(KHIDI 2014). 국내 법규상 고령친화식품의 정의는 아직까지 제정되지 않았으나, 최근 업계의 관심이 높아져 2017년 말 고령친화식품 한국산업표준이 제정되었으며 다수의 식품업체가 이 시장을 위한 제품을 내놓고 있다. 고령친화식품에 대한 국내 연구로는 고령자 전용의 편의식품 개발을 위한 요구도 조사(Park et al. 2019), 시판 고령친화식품 기호도 조사(Jang & Lee 2017), 고령친화식품의 인지와 경험에 대한 분석(Kim & Lee 2016) 등으로 대체로 실태조사에 머물러 있으며 심층적인 가치체계에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

*Corresponding author: Mi-Sook Cho, Department of Nutritional Science & Food Management, Human Ecology Building 303, Ewha Womans University, 52, Ewhayeodae-gil, Seodaemun-gu, Seoul, Republic of Korea
Tel: +82-2-3277-4427 Fax: +82-2-3277-2862 E-mail: misocho@ewha.ac.kr

고령친화시장은 경제력을 갖춘 베이비붐 세대가 고령층으로 편입되면서 새로운 국면에 들어섰다. 사회적인 활동이 활발했던 베이비붐 세대는 기존의 고령층과 달리 은퇴 이후에도 소비생활과 여가생활을 즐기며 사회활동에도 적극적으로 참여하고 있어 ‘액티브 시니어(active senior)’라 새로이 명명되었다(Han & Nam 2013). ‘액티브 시니어(active senior)’란 시간적, 경제적인 여유를 기반으로 적극적으로 소비를 주도하고 새로운 문화를 창조하는 시니어를 일컫는다. 이들은 건강을 생각하며 자신에 대한 투자를 아끼지 않고 가치 있는 소비를 추구한다(Shin & Eune 2017). 액티브 시니어의 계층 규모는 확대될 것으로 예상되며 ‘시니어 비즈니스(senior business)’라는 거대한 소비 시장이 형성될 것으로 예상된다. 따라서 새로운 소비 주도층으로 부상한 액티브 시니어의 니즈에 맞는 제품 개발이 필요하다(Choi 2019).

수단-목적 사슬 이론(means-end chain theory)은 특정 대상에게 응답자가 기대하는 속성이 응답자가 그 대상으로부터 얻을 수 있는 결과와 연결되며 응답자의 마음에서 구조화된다는 이론을 바탕으로 한다(Ferran & Grunert 2007). 수단-목적 사슬 이론을 기반으로 한 래더링(laddering) 기법은 기존의 많은 연구에서 소비자의 음식에 대한 선택 행동의 인지구조를 파악하기 위해 사용되어 왔다(Lee & Choi 2010, Park et al. 2016). 소프트 래더링 기법의 심층적인 인터뷰를 통해 액티브 시니어의 식품 선택의 가치체계에 대한 통찰력을 얻을 수 있다.

면류는 우리나라의 전통 음식이자 밥류 다음으로 많이 섭취하는 주식이며, 다양한 맛과 의례음식으로 오랫동안 사랑받아온 친숙한 음식이다. 또한 65세 이상에 대하여 선호도가 높다(Jung et al. 2010; Shin et al. 2016). 따라서 본 연구는 수단-목적 사슬 이론을 기반으로 한 소프트 래더링 기법을 적용한 1:1 심층 인터뷰를 통하여, 액티브 시니어가 면류 소비와 관련하여 추구하고자 하는 가치와 그 기반에 있는 면류의 속성과 결과를 도출하고자 하였다. 본 연구를 통해 액티브 시니어의 면류 소비 가치체계를 파악하여 새로운 고령친화식품 개발의 유용한 기초 자료로 제시하고자 한다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 방법

본 연구는 수단-목적 사슬이론이 기반이 되는 소프트 래더링 기법을 적용한 1:1 심층 인터뷰를 수행하여 액티브 시니어가 면류에 대하여 가지는 속성, 결과, 가치와 그 래더를 도출하고자 하였다. 본 연구는 윤리적 엄격성 준수를 위하여 이화여자대학교 생명윤리위원회(Institutional Review Board, IRB)에 연구의 목적, 내용과 방법에 대한 연구계획서를 제출하여 심사 및 승인을 받았다(IRB No. ewha-201904-0003-02). 본 연구의 연구대상자는 1년 이내 면류를 구매 및 섭취한 경험이 있는 50세 이상 64세 이하의 액티브 시니어세대

를 대상으로 모집하였다. 연구대상자들은 녹음에 대한 설명과 동의를 얻은 후, 녹음을 병행하여 ‘왜 그것이 당신에게 중요하십니까?’, ‘그 이유가 중요하신 이유는 무엇입니까?’와 같은 질문을 지속적으로 사용하는 1:1 심층 인터뷰를 수행하며 그 대답을 응답하였다. 1:1 심층 인터뷰는 4월 2일부터 4월 9일까지 진행되었으며 인터뷰 시간은 약 20분에서 40분 가량 소요되었다. 연구대상자들은 인터뷰 후 인구통계학적 설문문에 대하여 응답하였다.

본 연구의 인터뷰에 앞서 선행연구를 통하여 예비 유목과 인터뷰 예시 내용을 선정하여 인터뷰를 진행하였다. 1:1 심층 인터뷰를 통하여 수집된 자료는 내용분석을 통해 속성(Attribute, A), 결과(Consequence, C), 가치(Value, V)를 도출하였다. 도출한 항목은 함축 매트릭스(Implication Matrix, IM) 작성, 가치계층도(Hierarchical Value Map, HVM) 작성의 과정을 거쳐 분석하였다. 인구통계학적 문항은 SPSS (Statistics Package for the Social Science, ver. 19.0 for window)로 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

2. 분석방법

연구대상자들의 1:1 심층 인터뷰에 대한 응답을 녹음한 자료는 모두 타이핑하여 이화여자대학교 식품영양학과 연구자 2인의 합의를 통해 내용분석을 진행하였다. 연구대상자의 응답은 액티브 시니어가 면류에 대하여 가지는 속성, 각 속성에 대하여 기대하는 결과, 궁극적으로 추구하는 가치에 대한 각 유목과 유목 간 연결 관계인 래더를 도출하는데 사용되었다. 유목 도출 시 사용한 예비 유목 목록은 인터뷰 전 수행된 예비조사와 선행연구를 통하여 도출되었다(Barrena & Sanchez 2009; Lee & Cho 2017; Kim 2017; Tey et al. 2018). 도출된 래더는 함축 매트릭스(Implication Matrix, IM)작성, 킷오프 수준 도출, 가치계층도(Hierarchical Value Map, HVM)을 도출하는 과정에 사용되었다.

III. 결과 및 고찰

1. 연구대상자의 일반적 특성

연구대상자의 일반적 특성은 <Table 1>에 나타내었다. 연구대상자의 성별에 대하여 ‘남성’ 10명(33.3%), ‘여성’ 20명(66.7%)으로 나타났다. 연구대상자의 연령대는 ‘50-54세’가 10명(33.3%), ‘55-59세’가 11명(36.7%), ‘60-64세’가 9명(30.0%)으로 균등한 비율로 나타났다. 결혼여부에 대하여 ‘기혼’이 29명(96.7%), ‘미혼’이 1명(3.3%)으로 조사되었고, 가족구성원 수는 ‘1인’ 1명(3.3%), ‘2인’ 9명(30.0%), ‘3인’이 9명(30.0%), ‘4인’이 11명(36.7%)으로 대부분 2인 이상의 가족 구성원을 보였다. 가족유형에 대한 응답은 ‘혼자’가 1명(3.3%), ‘부부’가 8명(26.7%), ‘부모(부부)+자녀’가 19명(63.3%), ‘부모(부부)+조부모’가 1명(3.3%), ‘부모(부부)+자녀+조부모’가 1명으로 나타났다. 교육수준에 대하여 ‘고등학교

<Table 1> Demographic Profile of the Active Senior Participants (N=30)

		Frequency (N)	%
Gender	Male	10	33.3
	Female	20	66.7
Age	50-54	10	33.3
	55-59	11	36.7
	60-64	9	30.0
Marital status	Married	29	96.7
	Unmarried	1	3.3
Number of family member	1 person	1	3.3
	2 people	9	30.0
	3 people	9	30.0
	4 people	11	36.7
Family composition	single	1	3.3
	couple	8	26.7
	parents+children	19	63.3
	parents+grandparents	1	3.3
	parents+children+grandparents	1	3.3
Education	High school or less	10	33.3
	College	4	13.3
	University	14	46.7
	Graduate school	2	6.7
Monthly house income (₩10,000)	100~200	4	13.3
	200~300	3	10.0
	300~400	2	6.7
	400~500	4	13.3
	500	17	56.7
Intake count	once or twice a week	14	46.7
	3 to 5 times a week	2	6.7
	once or twice a month	13	43.3
	3 to 4 times a year	1	3.3
Disease	hypertension	5	16.7
	joint disease	1	3.3
	cardiovascular disease	2	6.7
	etc	1	3.3
	None	21	70.0
total		30	100.0

졸업 이하'가 10명(33.3%), '전문대 졸업(재학 포함)'이 4명(13.3%), '대학교 졸업(재학 포함)'이 14명(46.7%), '대학원 졸업 이상(재학 포함)'이 2명(6.7%)이었다. 평균 월 소득은 '100~200만원 미만'이 4명(13.3%), '200~300만원 미만'이 3명(10.0%), '300~400만원 미만'이 2명(6.7%), '400~500만원 미만'이 4명(14.4%), '500만원 이상'이 17명(56.7%)으로 500만원 이상이 가장 많았다. 면류 섭취 빈도는 '주 3~5회'가 2명(6.7%), '주 1~2회'가 14명(46.7%), '월 1~2회'가 13

명(43.3%), '연 3~4회'가 1명(3.3%)로 주 1~2회가 가장 많았다. 보유질환에 대해서 '고혈압'이 5명(16.7%), '관절계질환'이 1명(3.3%), '심혈관계질환'이 2명(6.7%), '기타' 1명(3.3%), '없다'가 21명(70.0%)으로 나타났다<Table 1>.

2. 내용분석

본 연구에서는 소프트 래더링 기법을 적용한 1:1 심층 인터뷰를 진행하였으며, 그 내용을 바탕으로 연구대상자가 면류에 대해 중요시하는 속성(Attribute, A), 결과(Consequence; C), 가치(Value; V)를 정리하였다. 인터뷰 시작에 앞서 연구에 대한 설명과 목적을 설명문과 함께 설명하였으며 녹음에 대한 동의를 얻은 후 인터뷰를 진행하였다. 평소 면류를 소비하는 방식과 선택하는 기준에 대한 질문을 한 후, 그 기준이 왜 중요한지에 대한 질문을 연속적으로 인터뷰하여 심층적인 인터뷰 결과와 가치를 도출하였다.

아래는 인터뷰 내용의 예시이며 아래와 같은 흐름을 통하여 연구대상자의 속성, 결과, 가치를 도출하였다.

연구자: 라면을 끓여 드시는 이유는 무엇인가요?

대상자: 간편하니까[속성] 간단하게 혼자서 끓여먹지.

연구자: 그럼 간단하신 것은 왜 중요하신가요?

대상자: 분주하게 반찬을 챙긴다든지 이렇기 보다는 김치라든지 크게 준비할 필요가 없이[결과] 먹을 수 있기 때문에 그렇지

연구자: 라면을 직접 사실 때 고르는 기준은 어떻게 되시나요?

대상자: 광고라든지 이런 것도 가미를 하지만 내가 라면을 먹어봤을 경우에 내 취향에 맞는[결과], 나는 이런 라면이 좋더라 옛날에 과거에 내가 젊었을 때 어린 시절 많이 먹었던[속성] 그런 게 있었어요 그런 게 고르는 기준에 좀 더 많이 영향을 미친다고 봐야죠

연구자: 그럼 그런 기준이 좋은 이유는 무엇인가요?

대상자: 내가 거기에 대해 맛에 대해서는 알고 있기 때문에 내가 그 맛에 좀 익숙해져있다고나 할까? 맛의 그걸 알기 때문에 면에 대한 그래서 내가 그런 걸 선택하는 경우가 많아.

연구자: 그럼 익숙한 맛을 드시는 것은 왜 더 좋은가요?

대상자: 맛에 대한 느낌을 내가 알고 있기 때문에[속성] 그것에 대한 부분에 대해 그렇게 판단하는 거지. 내가 맛을 경험해 봤고 취향에 맞기 때문에[결과] 쉽게 선택하는 편이지.

연구자: 평소에 맛있는 것을 드시는 것도 중요하게 생각하시나요?

대상자: 그렇지. 맛있는 거[속성] 먹으면 미각이랄지 이런 부분이 느낌으로 아는 거지 아 이게 괜찮고 건강[결과]에도 괜찮고 좋겠다. 내가 선호하는 음식들이 내 건강하고 연관이 된다 그렇게 생각을 하죠

연구자: 그렇다면 건강하신 것은 어떤 이유에서 중요하신가요?

대상자: 건강은 사람의 신체적인 가장 중요한 거는 건강이 되게 중요하다, 건강해야 모든 사실 활동[가치]이나 내가 하고자 하는 일을 한다든지[가치] 이런 부분에 대해서 할 수 있다는 그런 쪽으로 생각을 하고 있기 때문에 건강을 음식은 내가 상당히 생각을 하는 편이에요

연구자: 그럼 하고 싶은 일을 하시는 것은 왜 중요하신가요?
 대상자: 하고 싶은 거 사람이 사회적인 활동[가치]이라든지 그런
 거는 건강이랑 직결되기 때문에 평상시에 본인 자신이
 음식이나 그런 부분에 대해서 신경 쓰게 되는 거죠

위와 같이 ‘당신에게 왜 그것이 중요하십니까?’를 기반으로 한 질문으로 구성된 소프트 래더링 기법을 사용하여 1:1 심층 인터뷰를 수행하였다. 위 대화에서 나타나듯이 개인은 제품을 선택 및 구매할 때 다양한 속성, 결과, 가치 항목들을 고려한다(Reynolds & Gutman 1988). 또한 각 연구대상자마다 인터뷰를 통해 각 개인이 가지는 속성, 결과, 가치 항목을 도출할 수 있다. 따라서 최종 도출된 속성, 결과, 가치에 대한 유목을 <Table 2>와 같이 정리하였다.

속성(A)에서 나타난 속성 유목은 ‘맛’, ‘간편함’, ‘매운 정도’, ‘익숙함’, ‘부재료 첨가’, ‘새로움’, ‘브랜드’, ‘비상식’, ‘주변인의 추천’, ‘원재료’, ‘국물유무’, ‘가격’, ‘영양성분’, ‘광고’, ‘면발’ 15개로 도출되었다. 결과(C)는 ‘기호충족’, ‘건강’, ‘식사대용’, ‘편리함’, ‘호기심 충족’, ‘시간절약’, ‘신뢰됨’, ‘일상생활유지’, ‘정보공유’, ‘경제적 절약’, ‘안정감’, ‘사회적 어울림’, ‘추억’, ‘포만감’으로 14개 유목이 도출되었다. 가치(C)에서는 ‘가족애’, ‘즐거움’, ‘활력’, ‘자기만족’, ‘책임감’, ‘좋은 관계 형성’, ‘성취감’, ‘일의 중요성’, ‘합리적인 삶’, ‘자립’, ‘양질의 삶’, ‘행복’으로 12개 항목이 도출되었다<Table 2>.

3. 함축매트릭스 작성

Reynolds(1988)의 연구에 따라 연구대상자의 1:1 심층 인터뷰 결과를 내용코드화 한 후 인지기구조와 가치의 흐름을 이해하기 위하여 전체 연구대상자의 함축매트릭스를 작성하였다. 함축매트릭스는 속성(A), 결과(C), 가치(V)간의 연결관계

를 빈도수로 정리하는 행렬표이며, 내용코드의 속성과 결과, 결과와 가치 사이의 래더를 바탕으로 작성할 수 있다(Lee 2017; Han 2016). 따라서 개별 연구대상자의 내용코드 요약표와 함축매트릭스를 작성하며, 모든 연구대상자의 함축매트릭스를 정리하여 최종 함축매트릭스를 <Table 3, 4>에, 성별에 따른 함축매트릭스를 남성은 <Table 5, 6>에, 여성은 <Table 7, 8>에 정리하였다.

연구대상자 전체에서 속성(A)-결과(C) 단계에서 가장 높은 빈도를 보이는 래더는 <맛(A1)-기호충족(C1)>이 20회로 나타나 가장 강한 연결 관계를 보였다. 뒤이어 <간편함(A2)-식사대용(C3)>이 15회로 나타났으며, 그 다음으로 <매운 정도(A3)-기호충족(C1)>이 12회로 나타났다. <익숙함(A4)-기호충족(C1)>과 <간편함(A2)-시간절약(C6)>은 모두 11회로 나타나 높은 응답수를 보였다. 결과(C)-가치(V)단계에서는 <기호충족(C1)-가족애(V1)>가 10회로 가장 강한 연결 관계를 보였다. <기호충족(C1)-즐거움(V2)>, <기호충족(C1)-자기만족(V4)>이 9회로 나타났으며 뒤이어 <건강(C2)-가족애(V1)>가 7회로 나타났다<Table 3, 4>.

남성의 경우 속성(A)-결과(C) 단계에서 가장 강력한 연결은 <맛(A1)-기호충족(C1)>이 7회로 나타났으며, <익숙함(A4)-기호충족(C1)>이 6회, <매운 정도(A3)-기호충족(C1)>과 <간편함(A2)-시간절약(C6)>이 5회로 뒤이어 나타났다. <간편함(A2)-식사대용(C3)>과 <부재료 첨가(A5)-기호충족(C1)>은 3회, <매운 정도(A3)-건강(C2)>, <국물 유무(A11)-기호충족(C1)>, <간편함(A2)-편리함(C4)>, <간편함(A2)-시간절약(C6)>, <새로움(A6)-호기심 충족(C5)>, <영양성분(A12)-안정감(C11)>, <광고(A14)-호기심 충족(C5)>은 모두 2회씩 나타났다. 결과(C)-가치(V) 단계에서 가장 강력한 연결 관계는

<Table 2> Summary Content Codes for Noodles from 1:1 in-depth interview with Soft Laddering Technique

Attribute		Consequence		Value	
A1	Taste	C1	Satisfying taste	V1	Family affair
A2	Ease	C2	Healthiness	V2	Pleasure
A3	Level of spiciness	C3	Meal replacement	V3	Vitality
A4	Familiarity	C4	Convenience	V4	Self-satisfaction
A5	Additional ingredient	C5	Satisfying curiosity	V5	Responsibility
A6	Novelty	C6	Time-saving	V6	Good relationships
A7	Brand	C7	Trust	V7	Sense of accomplishment
A8	Emergency food	C8	Maintenance of daily life	V8	Importance of work
A9	Recommendation	C9	Information sharing	V9	Rational life
A10	Materials	C10	Economic saving	V10	Self-reliance
A11	Presence of soup	C11	Stability	V11	Good quality of life
A12	Price	C12	Social life	V12	Happiness
A13	Nutrient	C13	Memories		
A14	Advertisement	C14	Fullness		
A15	Noodle stripes				
15		14		12	

<Table 3> Attributes-Consequences Implication matrix of the Active Senior for Noodles

(N=30)

		Consequence													
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
Attribute	A1	20	5					1		1	1				
	A2			15	10		11		2						1
	A3	12	6										1	1	
	A4	11	2					1					3	2	
	A5	7	4												
	A6	2	1			9					2				
	A7	2	2					6						1	
	A8				5				4						1
	A9		1			5		1		1	2	1			
	A10		6												
	A11	4	1	1											
	A12											4			
	A13		2						1						
	A14					3									
	A15	2			1										

<Table 4> Consequences-Values Implication matrix of the Active Senior for Noodles

(N=30)

		Value											
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12
Consequence	C1	10	9	4	9		1	1					1
	C2	7	2	6	2	3	2	1	1	1	6	3	1
	C3	4		2		3			1				1
	C4	4				1			1	1			
	C5		3		1		1	2					
	C6		1	1	1	2	1	1	5	4		1	
	C7						1						
	C8	1											
	C9		2				4						
	C10		3					1					
	C11	1			1	2				1			
	C12												
	C13												
	C14			1	1								

<기호충족(C1)-즐거움(V2)>이 4회로 나타났다. 다음으로 <기호충족(C1)-활력(V3)>, <건강(C2)-자립(V10)>, <기호충족(C1)-자기만족(V4)>이 각각 3회로 나타났고, 뒤이어 <정보공유(C9)-좋은 관계 형성(V6)>, <건강(C2)-가족애(V1)>이 2회로 나타났다<Table 5, 6>.

여성의 경우 속성(A)-결과(C) 단계에서 가장 강력한 연결 관계는 <맛(A1)-기호충족(C1)>이 13회로 나타났으며, 다음으로 <간편함(A2)-식사대용(C3)>의 빈도가 12회, <간편함(A12)-편리함(C4)>은 8회였다. <새로움(A6)-호기심 충족(C5)>, <매운 정도(A3)-기호충족(C1)>은 각 7회로, <간편함(A2)-시간절

약(C6)>은 6회, <브랜드(A7)-신뢰됨(C7)>, <익숙함(A4)-기호충족(C1)>, <비상식(A8)-편리함(C4)>, <원재료(A10)-건강(C2)>, <주변인의 추천(A9)-호기심 충족(C5)>은 각 5회로 나타났다. <맛(A1)-건강(C2)>, <부재료 첨가(A5)-기호충족(C1)>, <매운 정도(A3)-건강(C2)>은 각각 컷오프 수준인 4회로 나타났다. 결과(C)-가치(V) 단계에서 가장 강한 연결은 <기호충족(C1)-가족애(V1)>가 9회로 나타났다. 뒤이어 <기호충족(C1)-즐거움(V2)>, <건강(C2)-활력(V1)>, <건강(C2)-가족애(V1)>가 각 5회, <편리함(C4)-가족애(V1)>과 <식사대용(C3)-가족애(V1)>가 컷오프 수준인 4회로 나타났다<Table 7, 8>.

<Table 5> Attributes-Consequences Implication matrix of the Male Active Senior for Noodles (N=10)

		Consequence													
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
Attribute	A1	7	1							1					
	A2			3	2		5								
	A3	5	2										1	1	
	A4	6	1										1	1	
	A5	3	1												
	A6	1				2					1				
	A7							1							1
	A8								1						
	A9		1								1	1			
	A10		1												
	A11	2	1	1											
	A12											2			
	A13														
	A14					2									
	A15														

<Table 6> Consequences-Values Implication matrix of the Male Active Senior for Noodles (N=10)

		Value												
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	
Consequence	C1	1	4	3	4		1							
	C2	2		1	1					1	3			
	C3													
	C4									1				
	C5				1									
	C6		1		1	1	1	1	3	3			1	
	C7													
	C8	1												
	C9		1				2							
	C10							1						
	C11				1									
	C12													
	C13													
	C14				1									

4. 가치계층도 작성

Reynolds(1988)와 Phillips(2009)의 연구에 따라 응답 결과를 도식화하여 함축매트릭스를 도출하고 컷오프 기준치를 적용한 후, 연구대상자 전체와 성별에 따른 각각의 속성(A)-결과(C)-가치(V)단계를 종합하여 이루어진 가치계층도를 <Figure 1~3>과 같이 도출하였다. 속성, 결과와 가치의 도형은 각기 다른 도형을 사용하여 구별이 용이하도록 하였으며, 연결선 위의 박스 안에 해당 래더의 빈도수를 기재하였다.

1) 연구대상자 전체

<Figure 1>의 속성(A)-결과(C)-가치(V)의 연결 관계에서 액티브 시니어는 면류의 속성 중 ‘맛’, ‘매운 정도’, ‘익숙함’을 고려하여 ‘기호충족’의 결과를 기대하고, ‘가족애’, ‘즐거움’과 ‘자기만족’을 궁극적으로 추구하고자 하는 연결이 가장 강하게 나타난다. 또한 ‘간편함’의 속성을 통해 ‘식사대용’, ‘시간절약’, ‘편리함’을 얻고자한다. 그리고 ‘시간절약’의 결과를 통해 ‘일의 중요성’의 가치를 추구하고 있다. 또한 ‘맛’과 ‘매

<Table 7> Attributes-Consequences Implication matrix of the Female Active Senior for Noodles (N=20)

		Consequence													
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
Attribute	A1	13	4					1			1				
	A2			12	8		6		2						1
	A3	7	4												
	A4	5	1					1					2	1	
	A5	4	3												
	A6	1	1			7					1				
	A7	2	2					5							
	A8				5				3						1
	A9					5		1		1	1				
	A10		5												
	A11	2													
	A12											2			
	A13		2						1						
	A14					1									
	A15	2			1										

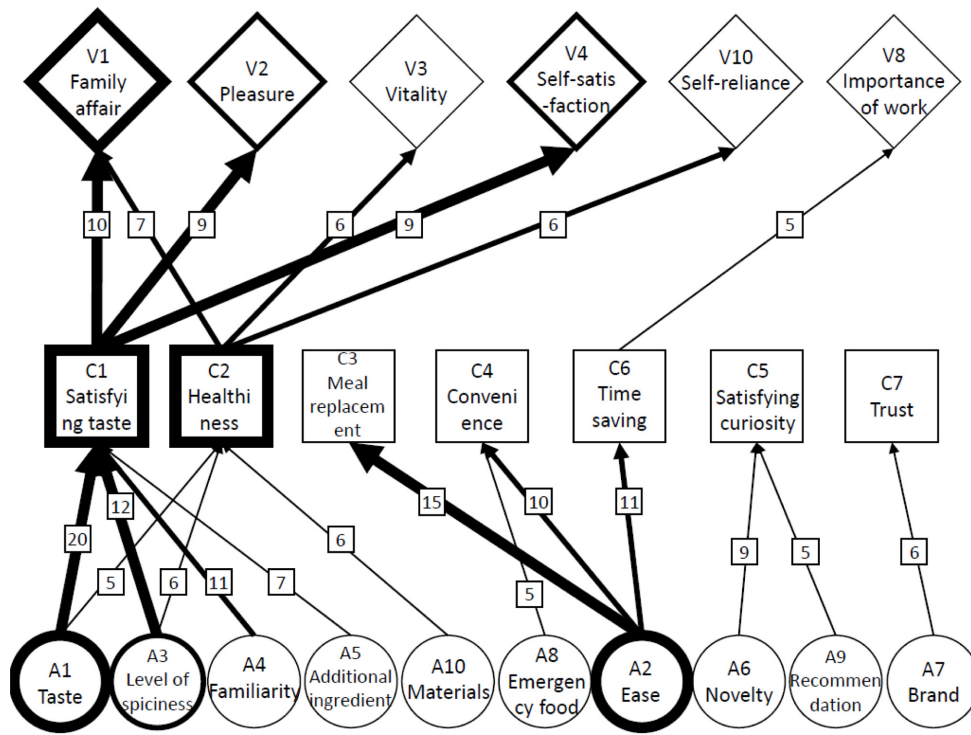
<Table 8> Consequences-Values Implication matrix of the Female Active Senior for Noodles (N=20)

		Value											
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12
Consequence	C1	9	5	1	5			1					1
	C2	5	2	5	1	3	2	1	1		3	3	1
	C3	4		2		3			1				1
	C4	4				1			1				
	C5		3				1	2					
	C6			1		1			2	1			
	C7						1						
	C8												
	C9		1				2						
	C10		3										
	C11	1				2				1			
	C12												
	C13												
	C14					1							

운 정도'를 고려하여 '건강'을 기대하며 '가족애', '활력', '자립'의 궁극적 가치를 추구한다<Figure 1>.

따라서 면류에 대하여 액티브 시니어는 기호충족을 얻을 수 있는 맛, 매운 정도, 익숙함과 부재료 첨가를 중요하게 여기며, 간편함을 통하여 식사대용, 편리함과 시간절약을 추구한다. 또한 건강을 위해 맛, 매운 정도와 원재료의 속성을 고려한다. 가치는 주로 기호충족을 통해 얻을 수 있는 가족의 행복, 즐거움과 자기만족을 중요하게 여기며, 건강을 통하여 얻을 수 있는 가족의 행복, 활력, 자립과 시간절약을 통해 추

구하는 일의 중요성을 중요하게 여긴다. 이는 한국인의 한식에 대한 인지구조에 대해 연구한 Lee & Cho(2017)의 연구와 같이, 유교 문화를 바탕으로 하는 한국 사회는 가족의 행복을 중요한 가치로 추구하고, 가족에 대한 애착이 크다고 보고한 결과와 유사한 결과이다. 또한 액티브 시니어가 익숙한 형태의 이모티콘을 선호한다고 보고한 Lee & Kim(2018)의 연구와도 유사한 경향을 보인다. 또한 추구하는 가치에 대하여 음식에서 즐거움이 중요 가치로 나타난 Tey et al. (2018)의 연구와도 유사한 결과를 보였다.



<Figure 1> Hierarchical Value Map of the Active Senior for Noodles (N=30)

2) 성별에 따른 함축매트릭스

(1) 남성

액티브 시니어 남성이 나타내는 가치계층도는 <Figure 2>와 같다. 속성(A)-결과(C)-가치(V)의 전체 연결 관계에서 액티브 시니어 남성은 ‘기호충족’을 위해 ‘맛’, ‘익숙함’, ‘부재료첨가’, ‘매운 정도’, ‘국물유무’를 속성으로 고려한다. 그리고 ‘간편함’을 통해 ‘식사대용’, ‘편리함’과 ‘시간절약’ 등 여러 결과를 기대한다. 즉 기호충족을 통하여 즐거움, 자기만족, 활력을 가장 강하게 추구한다. 또한 시간절약의 결과를 통하여 일, 합리적인 삶을 추구하고 건강을 통한 자립과 가족애를 추구한다<Figure 2>.

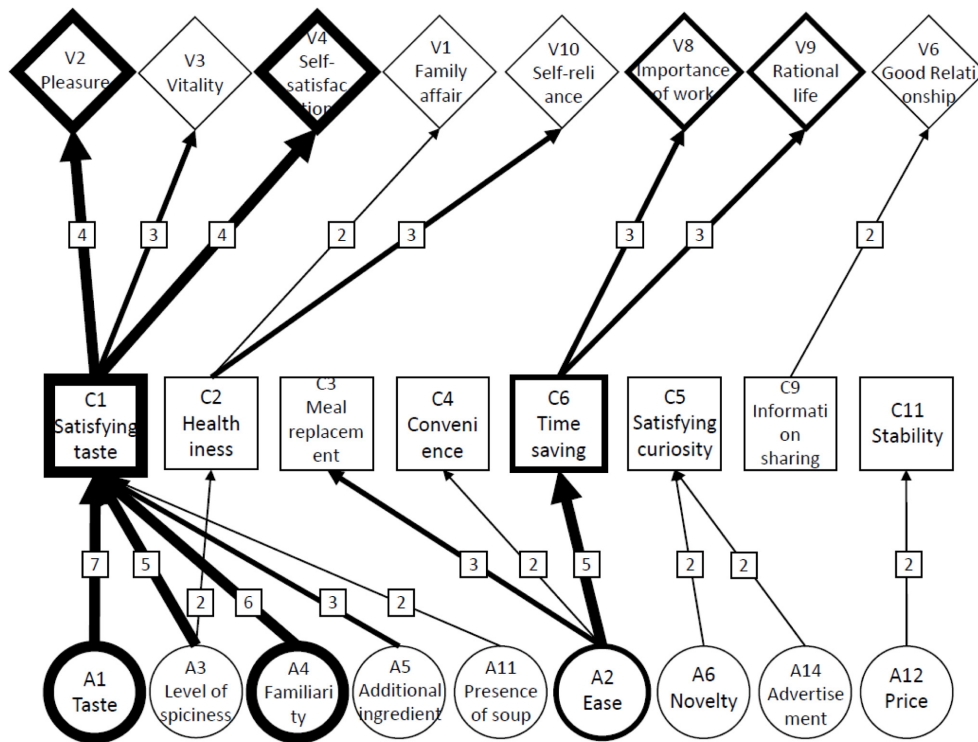
최종적으로 남성의 가장 강력한 리더는 맛-기호충족-즐거움, 자기만족으로 이루어지는 리더이며 다음은 익숙함-기호충족-즐거움, 자기만족으로 이루어진 리더이다. 따라서 남성의 경우 맛을 중요시하고 면류에 대하여 주로 기호충족을 결과를 기대하고 이를 통한 즐거움, 자기만족 추구가 면류 소비에 있어 중요한 가치로 볼 수 있다. 이는 Han et al.(2007)와 Kim & Jung(2018)의 연구 결과와 동일하게, 남성은 맛을 가장 중요하게 여긴다는 결과와 같은 결과를 나타냈다.

(2) 여성

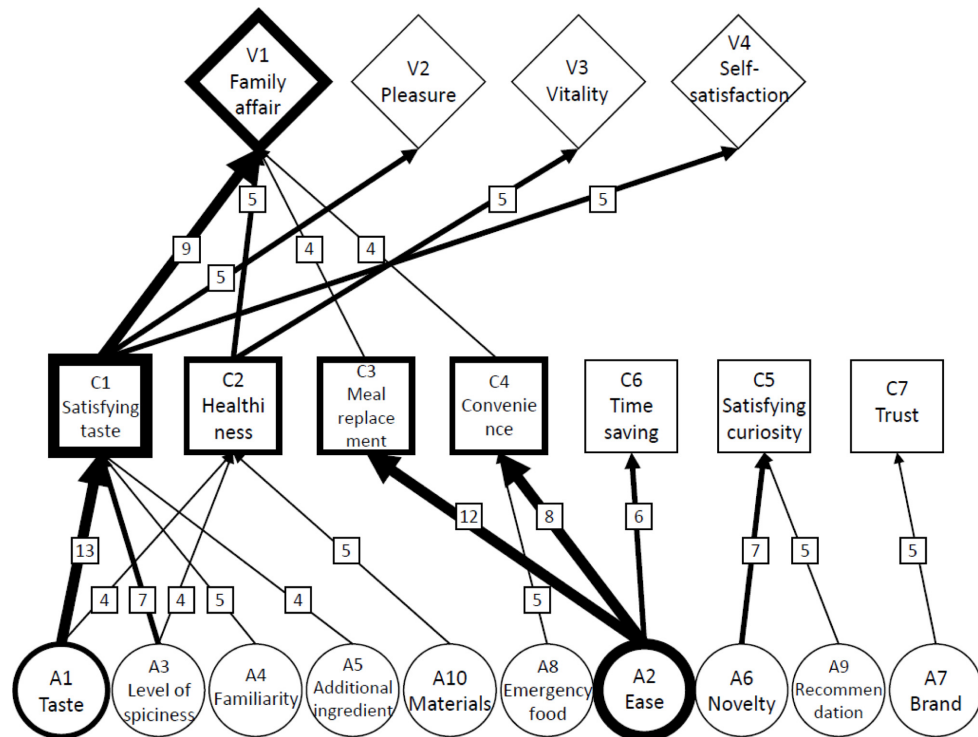
액티브 시니어 여성이 가지는 가치계층도는 <Figure 3>과 같다. 액티브 시니어 여성은 ‘맛’을 통해 얻는 ‘기호충족’을 가장 중요하게 여기며, ‘간편함’을 통해 얻는 ‘식사대용’, ‘편리함’을 중요하게 여긴다. 여성은 가족애에 대하여 남성보다

더 높은 빈도수를 나타내어 강한 연결 관계를 가지는 것으로 나타났고, 맛을 통해 얻는 기호충족, 간편함을 통해 얻는 식사대용과 편리함의 각 결과를 통해 가족의 행복을 더 강하게 추구한다<Figure 3>.

따라서 액티브 시니어 여성의 경우, 남성과 동일한 결과로 맛을 통해 얻는 기호충족과 간편함을 추구하는 것으로 나타났으나, 기대하는 결과에 대하여 식사대용과 편리함으로 차이를 나타냈다. 이는 여성의 역할이 사적인 영역에서의 가정 관리가 많고, 식생활을 주로 관리하기 때문으로 보인다(Kim, 2015). 또한 구매방법의 편리함이 주부의 구매를 다수 견인한다는 Kim & Lee(2017)의 연구결과와 동일한 결과이다. 여성은 남성과 유사한 결과를 다수 기대하지만, 차이점으로 남성이 기호충족을 통한 활력과 자기만족을 추구하는 경우와 달리 가족의 건강과 행복을 더욱 강하게 추구하며 건강을 통한 활력의 가치를 높게 추구하는 것에서 다르게 나타났다. 이는 액티브 시니어 여성에 대하여 삶의 구조적 관계를 보고한 Sa et al(2017)의 연구에서 나타나듯이, 주도적이며 활동적인 액티브 여성이 가지는 재미와 여가만족이 삶의 질에 대하여 영향을 준다고 보고한 것과 유사한 결과이다. 또한 재미를 경험할 경우 삶의 만족이 증가한다는 결과를 보고하였는데, 이는 기호충족을 통해 얻는 즐거움이 삶의 만족 증가로 나타나는 것과 같이 액티브 시니어 여성의 추구하는 가치인 기호충족과 즐거움에 대한 해석과 유사한 방향성을 지닌다.



<Figure 2> Hierarchical Value Map of the Male Active Senior for Noodles (N=10)



<Figure 3> Hierarchical Value Map of the Female Active Senior for Noodles (N=20)

IV. 요약 및 결론

본 연구는 수단-목적 사슬 이론을 기반으로 한 소프트 래더링 기법을 통해 50-64세의 액티브 시니어가 가지는 면류

의 가치체계에 대하여 도출하였다. 총 30명의 액티브 시니어 연구대상자들을 대상으로 녹음을 병행한 1:1 심층 인터뷰를 통해 연구를 진행하였으며, 속성은 15가지, 결과는 14가지, 가치는 12가지로 나타났다. 액티브 시니어는 면류 소비 시

맛, 간편함, 매운 정도, 익숙함, 부재료 첨가, 새로움, 브랜드, 비상식, 주변인의 추천, 원재료, 국물 유무, 가격, 영양성분, 광고, 면발을 고려한다. 결과로는 기호충족, 건강, 식사대용, 편리함, 호기심 충족, 시간절약, 신뢰됨, 일상생활 유지, 정보 공유, 경제적 절약, 안정감, 사회적 어울림, 추억, 포만감을 면류 소비 시 기대한다. 추구하는 가치로는 가족애, 즐거움, 활력, 자기만족, 책임감, 좋은 관계 형성, 성취감, 일의 중요성, 합리적인 삶, 자립, 양질의 삶, 행복으로 나타났다.

내용분석 과정을 통하여 최종적으로 도출한 액티브 시니어가 가지는 유목들은 각각의 코드를 부여하여 함축매트릭스를 작성하였다. 본 연구의 컷오프 수준은 계산결과 5로 나타났다. 따라서 최종적으로 적절한 연결 이상의 빈도를 보이는 것으로 나타난 래더를 사용하여 가치계층도를 작성하였다. 그 결과 맛-기호충족-가족애로 연결된 연결이 가장 강력한 결과로 나타났고, 매운정도-기호충족-자기만족, 즐거움의 결과로 나타났다. 따라서 액티브 시니어가 면류에 대하여 가장 강력하게 가지는 가치체계는 맛을 통해 기호를 충족하며, 이를 통해 얻는 가족의 행복이다. 이는 한식에 대한 가치구조에 대한 연구와 유사하게 나타났다(Lee & Cho, 2017). 또한 가족의 건강을 위해 여러 속성을 고려한 식품을 구매한다는 Yu & Koo(2013)의 결과와 동일하게 나타났다. 다음으로 강력하게 나타나는 연결관계는 매운 정도를 고려하여 기호를 충족하고 이를 통해 자기만족과 즐거움을 얻는 연결관계이다. 이는 고령친화식품에 대하여 가장 중요한 속성이 맛이며, 편리함과 소요되는 시간을 중요시하는 Shin et al.(2016)의 결과와도 유사하며, 소고기, 에스닉 푸드에 대해 최종적으로 추구하는 가치 중 즐거움을 나타내는 Barrena & Sanchez(2009)와 Tey et al.(2018)의 연구결과와 부분적으로 일치하는 것으로 나타났다.

액티브 시니어는 또한 건강을 통해 얻는 가족의 행복, 활력과 자립을 중요시 하고 간편함의 속성을 통하여 식사대용, 시간절약과 편리함을 중요시하였다. 이는 Jung(2006)의 연구에서 식품이 건강식, 노화 방지식으로 변화될 것이며 한식을 노인을 위한 건강식품으로 상품화해야 한다고 이야기한 결과와 유사한 방향성을 가지며, 자립형 노인이 증가하며 조리 관련된 노동이 적은 편의식을 구매한다는 Park(2012)의 연구결과와 같은 방향성을 지닌다. 편리함을 추구하는 가치에 대해서는 이용용이성이 단순한 쇼핑몰이 액티브 시니어에게 접근성이 좋을 것이라고 보고한 Oh et al.(2015)의 연구와 같은 결과로 나타났으며, 라면류에 대해 섭취 이유가 맛이 좋고 조리가 간편하다는 Lee & Lee(2003)의 연구결과와 같게 나타났다.

본 연구에서는 액티브 시니어가 면류에 대하여 가지는 가치체계를 수단-목적 사슬 이론을 기반으로 한 소프트 래더링 기법을 사용하여 분석하였다. 액티브 시니어는 맛과 매운 정도를 통해 기호를 충족하고 가족의 행복을 추구하는 가치를 가장 강력하게 가지며, 이를 통해 가족애와 즐거움, 자기만

족을 추구한다. 또한 간편함의 속성을 통해 식사대용, 편리함, 시간절약의 결과를 얻고자 하며, 건강을 통해 가족애와 활력, 자립의 가치를 추구한다. 따라서 액티브 시니어를 대상으로 한 면류 제품 개발 시 간편함과 매운 정도, 조리의 편의성을 고려한 제품개발이 요구되며 궁극적으로 가족애, 즐거움과 활력을 얻을 수 있도록 하는 방향성이 적합한 것으로 보인다.

본 연구는 선행연구가 아직까지 미비한 분야인 액티브 시니어가 식품에 대하여 가지는 가치체계와 연결 관계를 분석하였다는 점에서 의의를 가진다. 따라서 본 연구는 시니어를 대상으로 한 케어푸드와 고령친화식품과 같은 방향의 제품을 개발할 경우 소비자의 요구에 부합하도록 활용할 수 있을 것으로 예상하며, 입맛이 감소하는 노년층의 영양균형상태를 균형있게 개선할 수 있도록 기여할 수 있을 것이다. 또한 본 연구는 질적연구방법만을 수행하여 분석된 결과로서, Park et al.(2016)의 연구에서 제안한 바와 같이 양적 조사 기법과 함께 실시한다면 더욱 풍부하고 깊은 연구가 될 것으로 예상된다. 추가적으로 본 연구는 우리나라의 전통적인 주식류 중 면류에 대한 가치체계만을 연구하였으므로 다른 주식류를 포함한 식품에 대한 가치체계를 분석하는 것 또한 다양한 식품에 대한 가치체계를 파악할 수 있을 것으로 보이며, 다른 연령대, 또는 외국인의 가치체계를 비교하는 것도 의미 있을 것으로 기대한다.

감사의 글

본 연구는 삼양이건장학재단(Samyang Igeon (以建) Scholarship Foundation)의 학술연구지원으로 수행되었으며 이에 감사드립니다[Grant Nr 2-2018-1737-001-1].

Conflict of Interest

No potential conflict of interest relevant to this article was reported.

References

- Barrena R, Sanchez M. 2009. Consumption frequency and degree of abstraction: A study using the laddering technique on beef consumers. *Food Qual. and Pref.*, 20:144-155
- Choi SS. 2019. A Study on Smart Phone Design Strategy for Active Senior. *Korean Rev. of Corp. Manag.*, 10(1):265-293
- Ferran FD, Grunert KG. 2007. French fair trade coffee buyers' purchasing motives: An exploratory study using means-end chains analysis. *Food Qual. Prefer.*, 18(2):218-229
- Han GJ, Lim YS, Kim HR. 2007. Resident survey evaluating the degree of value placed on traditional Korean foods in the

- Kyunggi and Kangwon areas of Korea. *Korean J. Food Cook. Sci.*, 23(1):124-139
- Han JE, Nam KS. 2013. Elicitation of Design keywords of Aging Space for Active Senior-through qualitative study of design research. *Asia Digital Art and Design Association Conference Proceeding.*, 448-451
- Han SH. 2016. Analysis of Audience's Desired Value for the Performing Arts based on Characteristics of Social Network Services. Master's degree thesis, Chung-Ang University, Korea
- Jang HH, Lee SJ. 2017. Preferences of Commercial Elderly-Friendly Foods among Elderly People at Senior Welfare Centers in Seoul. *J. East Asian Soc. Diet. Life.*, 27(2):124-136
- Jung CH, Lee KW, Cho MS. 2010. Effect of Ramyen and Noodles Intake in Diet & Health Status of Koreans. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 25(2):109-116
- Jung HO. 2006. A Study on Developing Korean Food Brands. *Korean Stud.*, 8:161-191
- KHIDI (Korea Health Industry Development Institute). 2014. Senior-friendly Food Industry Actual Condition Survey and Industry Analysis.
- Kim HA, Jung HY. 2018. A Study of Consumer Perceptions of Food Safety and Food Buying Behavior. *Culin. Sci. & Hosp. Res.*, 24(3):93-103
- Kim HJ, Lee SY. 2017. A study on food purchasing behavior through internet shopping according to food-related lifestyles of housewives, *Korean J. of Hum. Ecol.*, 26(6):597-608
- Kim HM. 2017. Selection Attributes of Beef Restaurant Using Conjoint Analysis. Master's degree thesis, Kyung Hee University, Korea
- Kim MY, Lee YN. 2016. Analysis of Food Preference, Recognition and Experience of Elderly Foods among Elderly People. *Korean J. Food Nutr.*, 29(6):971-977
- Kim SC. 2015. Rethinking Television Food Program and National Food Culture in South Korea since the 1980s. *Stud. of Broadcast. Cult.*, 27(2):85-122
- Ku SJ. 2003. Food scientific approach to customized food development for senior consumer. *Korean J. Soc. Food Cook. Sci.*, 19(5):667-684
- Lee ES, Choi SY. 2010. Research about Laddering Using Online Media's Product Purchase Factor Analysis. *J. of Commun. Des.*, 32:56-65
- Lee JW, Lee YH. 2003. Frequency of Instant Noodle (Ramyeon) Intake and Food Value Recognition, and their Relationship to Blood Lipid Levels of Male Adolescents in Rural Area. *Korean J. Community Nutr.*, 8(4):485-494
- Lee KW, Cho MS. 2017. Exploring Motivations of Koreans Towards Korean Foods: Application of Means-end Chain Theory Approach. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 32(2):89-98
- Lee YR, Kim IS. 2018. The Proposal of Instant Emoticon design for Active Senior - Based on Paid Kakaotalk Emoticons -. *Brand Des. Assoc. of Korea*, 16(3):295-310
- Lutz W, Sanderson W, Scherbov S. 2008. The coming acceleration of global population ageing. *Nature.*, 451(7179):716-719
- Oh CH, Kim JH, Kim SH. 2015. Understanding the Determinants of Active Senior Consumers' Online Shopping Usage Behavior and Moderating Role of Cognitive Age. *J. of the Korean Gerontol. Soc.*, 35(3):813-833
- Park JH, Woo YH, Kim DB, Lee HY, Cho HJ. 2016. The Value Structure of Korean Convenience Store Lunch Box ("Dosirak") Consumers: An Application of the Means-End Approach. *The Rev. of Eurasian Stud.*, 13(3):235-260
- Park JY, Kim JN, Hong WS, Shin WS. 2012. Survey on Present Use and Future Demand for the Convenience Food in the Elderly Group. *Korean J. Community Nutr.*, 17(1):81-90
- Park YS, Kim MJ, Park BM, Kim SB, Shin WS. 2019. Study of Demands on New Home Meal Replacement Products for Active Silver. *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, 48(1):83-96
- Phillips JM, Reynolds TJ. 2009. A hard look at hard laddering - A comparison of studies examining the hierarchical structure of means-end theory. *Qualitative Market Research: An Int. J.*, 12(1):83-99.
- Reynolds TJ, Gutman J. 1988. Laddering Theory, Method, Analysis, and Interpretation. *J. of Advert. Res.*, 28(1):11-31
- Sa HJ, Lee CW, Kim MJ. 2017. The Relationship among Fun Factor, Leisure Satisfaction and Quality of Life for Female Active Senior. *J. of Korean Assoc. of Phys. educ. and Sport for Girls and Women*, 31(2):93-108
- Shin JE, Eune JH. 2017. Analysis and proposal of silver product status for active seniors. *KSDS Conference Proceeding.*, 126-127
- Shin KJ, Lee EJ, Lee SJ. 2016. Study on Demand Elderly Foods and Food Preferences among Elderly People at Senior Welfare Centers in Seoul. *J. East Asian Soc. Diet. Life*, 26(1):1-10
- Statistics Korea. Elderly Statistics 2018. Available from: <http://kostat.go.kr/portal/korea/>, [accessed 2019.07.15]
- Tey YS, Arsil P, Brindal M, Liew SY, Teoh CT, Terano R. 2018. Personal values underlying ethnic food choice: Means-end evidence for Japanese food. *J. of Ethn. Foods*, 5:33-39
- Yu JH, Koo NS. 2013. A Study of Food Habit and Food Purchase Behavior on Healthy Dietary Life by Housewives in Daejeon. *Korean J. of Hum. Ecol.*, 22(2):375-389